| | |
|---|---|
| العنوان: | اتجاهات القائم بالاتصال نحو وظيفة العلاقات العامة في قطاع التعليم قبل الجامعي : دراسة استطلاعية |
| المصدر: | دراسات الطفولة - مصر |
| المؤلف الرئيسي: | بركات، طه محمد طه |
| المجلد/العدد: | مج 1, ع 2 |
| محكمة: | نعم |
| التاريخ الميلادي: | 1999 |
| الشهر: | يناير |
| الصفحات: | 1 - 17 |
| رقم MD: | 81911 |
| نوع المحتوى: | بحوث ومقالات |
| قواعد المعلومات: | EduSearch |
| مواضيع: | وسائل الاتصال ، العلاقات العامة ، التعليم الثانوي ، الأهداف التربوية ، اتجاهات موظفي الاتصال، السياسة التعليمية ، البحث العلمي ، موظفو الاتصال، الإدارات التعليمية ، مصر ، التخطيط التربوي ، التعاون التربوي |
| رابط: | http://search.mandumah.com/Record/81911 |

# اتجاهات القائم بالاتصال نحو وظيفة العلاقات العامة فى قطاع التعليم قبل الجامعى "دراسة إستطلاعية"

دكتور / طه محمد طه بركات
مدرس الإعلام التربوى – كلية التربية النوعية
جامعة عين شمس

**مشكلة البحث :-**

إذا كانت العلاقات العامة مرآة تنعكس عليها صورة المؤسسة لدى جماهيرها ، فإن القائم بالإتصال هوالمحرك والمنفذ لكل ما تقوم به من أنشطة وخدمات . ولذلك فإن الوقوف على إتجاهاته نحوالعلاقات العامة كوظيفة وكإدارة يعد حجرالزاوية لدفع ما تقوم به من برامج وأنشطة إلى الأمام ، فضلا عن أن دراسة إتجاهات القائم بالإيصال يوضح لنا واقع الحال بالنسبة لإدارة العلاقات العامة بما فيه من إيجابيات ومن سلبيات ، وقطاع التعليم قبل الجامعى من أهم القطاعات الإستثمارية طويلة الأجل فى المجتمع ، لأنه منوط به تنشئة الأجيال الجديدة جيلا بعد جيل ، وإعداد الكوادر التى تتهيأ لتحمل مسئولية المجتمع وقيادته فى المستقبل . وفى هذا الإطار تكتسب العلاقات العامة أهمية خاصة فى هذا القطاع الهام . لأن التعليم هوقضية المجتمع الرئيسية حالا ومسقبلاً . فضلاً عن أن التعليم لا يخص فئة معينة أو طبقة دون أخرى وإنما يشمل كافة أبناء المجتمع : وهنا يجىء دور العلاقات العامة لتبصير الناس بشئون التعليم وقضاياه فى إطار سياسة الوزارة . ونقل اهتماماتهم ورغباتهم إلى المسئولين . باختصار فإن العلاقات العامة هى ملتقى الإدارة بالجماهير الغفيرة ذات المصلحة والصلة المباشرة بالعملية التعليمية . فهى التى تشرح وتفسر وتنقل وتنذر وتقدم النصح والمشورة . كل ذلك من أجل تحقيق أهداف المجتمع فى قضية التعليم . ومن هنا جاء اهتمام الباحث بدراسة إتجاهات القائم بالإتصال فى إدارة العلاقات العامة فى هذا القطاع الهام.

**أهمية البحث :-**

ترجع أهمية هذا البحث للأسباب التالية :-

١. ندرة الدراسات التى أجريت فى مصر حول القائم بالإتصال فى العلاقات العامة وخاصة فى مجال التعليم قبل الجامعى .
٢. العلاقات العامة كفن من فنون الاتصال بالجماهير وكإدارة من إدارات المؤسسة لم تحظى حتى الأن بالأهتمام المطلوب من الباحثين .
٣. يعد القائم بالإتصال فى إدارة العلاقات العامة محور العمل والحركة فيها . فهوالمخطط لبرامجها وأنشطتها ، وهوالمنفذ والمقيّم لها فى نفس الوقت .
٤. دراسة إتجاهات القائم بالإتصال تتيح فرصة التعرف عن كثب على نظرته وإتجاهاته نحو وظيفته ورءاسته وإدارته ورؤيته للوظائف التى تؤديها أوالعوائق التى تواجة العمل بها . كل ذلك بهدف تحسين الأداء وتحسين ظروف العمل.

**المفاهيم المستخدمة فى الدراسة :-**

١. القائم بالإتصال "المرسل" Sender : هو "من يقوم بإعداد أو توجيه الرسالة الأتصالية إلى المستقبلReceiver من خلال وسائل الإتصال : مباشرة أوغير مباشرة . بهدف التأثير فى إتجاهاتهم أو أفكارهم أوسلوكهم نحو قضية ما أو موضوع ما يهم القائم بالإتصال أن يبلغه للمستقبل أويهم كلاهما معاً"

٢. الإتجاه Attitude هو: "إستجابة Response إزاء موضوع معين أورمز هذا الموضوع ، تقوم على تنظيم للسلوك الذى يتضمن جوانب وجدانية ومعرفية ونزوعية لنماذج معينة من السلوك"

**تساؤلات البحث :-**

إذا كانت البحوث الأستطلاعية تسعى إلى رسم صورة دقيقة عن المشكلة موضع البحث ، فإن تساؤلات هذا البحث تتحدد فى إطار المحاور البحثية التالية :-

١. رؤية القائم بالإتصال لمفهوم العلاقات العامة ومدى أهميتها بالنسبة للعملية التعليمية .
٢. رؤية القائم بالإتصال لأهداف وخطط العلاقات العامة ومدى الأهتمام بها . والمشكلات التى تواجهها .
٣. الأنشطة والخدمات التى تقدمها إدارة العلاقات العامة لجماهيرها ومدى كفاية هذه الأنشطة .
٤. اساليب ووسائل الإتصال فى إدارة العلاقات العامة .
٥. مدى التعاون والتنسيق بين إدارة العلاقات العامة وغيرها من الأدارات .
٦. مدى أهتمام العلاقات العامة بالبحث العلمى ؟ ومن يقوم بهذه البحوث وأسباب عدم القيام بها .
٧. دور العلاقات العامة فى العملية التعليمية .
٨. إتجاهات المبحوثين نحووظيفتهم .
٩. إتجاهات المبحوثين نحورؤساتهم .
١٠. إتجاهات المبحوثين نحوعلاقة إدارتهم بغيرها من الأدارات .

**نوع البحث ومنهجه :-**

يندرج هذا البحث فى إطار البحوث الكشفية أوالأستطلاعية exploratory studies للكشف عن إتجاهات القائم بالإتصال نحووظيفتة وأدارته. وذلك بإستخدام منهج المسح Survey بالعينة Sample

**عينة البحث :-**

مجتمع الدراسة فى هذا البحث هم العاملون المسئولين فى إدارات العلاقات العامة سواء بالديوان العام لوزارة التربية والتعليم أوديوان مديرية التربية والتعليم بالقاهرة وإداراتها التعلمية فى الأحياء .

أما عينة البحث فبلغت ٦٦ مفردة ٤٠ من الذكور بنسبة ٦٠,٦% ، ٢٦ من الأناث بنسبة ٣٩,٤% سحبت جميعها بالطريقة العشوائية البسيطة Random sampling .

تمثل عينة البحث :- الجهات التالية :-

١. ديوان عام الوزارة .
٢. ديوان مديرية التربية والتعليم بالقاهرة .
٣. إدارة غرب القاهرة التعليمية .
٤. إدارة عابدين التعليمية .
٥. إدارة وسط القاهرة التعليمية .
٦. إدارة المطرية التعليمية .
٧. إدارة عين شمس التعليمية .
٨. إدارة الوايلى التعليمية .
٩. إدارة شمال القاهرة التعليمية .
١٠. إدارة روض الفرج التعليمية .

وهى فى جملتها تمثل ٣٧,٠٤% من إجمالى الإدارات التعليمية الـ ٢٧ بالقاهرة إضافة إلى ديوان عام الوزارة.

**أدوات جمع البيانات :-**

إستخدم الباحث صحيفة الأستبيان Questionnaire كأداة لجمع بيانات هذا البحث . وبلغت أسئلته ٤٢ سؤالاً فى أول الأمر ولكنها أنتهت إلى ٣٣ سؤالاً بعد إجراء الدراسة الأولية Pilot study على عينة من مجتمع الدراسة . (٢٠ مفردة) وتم عرضها على مجموعة من الخبراء فى العلاقات العامة والتعليم (خمسة) لتقييم صحة وصدق الأستبيان . وحققت نسبة أتفاق عالية بلغت ٠,٧٩ وهذا يشير إلى درجة صدق مقبولة .

ثم قام الباحث بإجراء إختبار ثبات للمقياس بتطبيقه وإعادة تطبيقة Test Reteste على عينة من مجتمع الدراسة بلغت ٢٥ مبحوثاً وبلغت نسبة الثبات ٠,٨٣ وبذلك تصبح الأدارة صالحة للقياس.

**نتائج البحث**

**١- الخصائص العامة لعينة البحث**

١/١- توزيع المبحوثين وفقاً للجنس والعمر

جدول (١) توزيع المبحوثين وفقاً للجنس والعمر

| الجنس | ذكور | | إناث | | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| العمر | ك | % | ك | % | | |
| ٣٥- | ٨ | ٢٠ | ٧ | ٢٦,٩ | ١٥* | ٢٢,٧ |
| ٤٠ | ٨ | ٢٠ | ٥ | ١٩,٢ | ١٣ | ١٩,٧ |
| ٤٥- | ٥ | ١٢,٥ | ٥ | ١٩,٢ | ١٠ | ١٥,٢ |
| ٥٠ | ١٩ | ٤٧,٥ | ٩ | ٣٤,٦ | ٢٨ | ٤٢,٤ |
| ك | ٤٠ | ٦٠,٦ | ٢٦ | ٣٩,٤ | ٦٦ | ١٠٠ |

يتضح من الجدول السابق أن نسبة الذكور في عينة البحث ٦٠,٦% وأن نسبة الأناث ٣٩,٤% وتتوزع مفردات العينة عمريا على النحوالتالى :-

- ٢٢,٧% فى الفئة العمرية ٣٥-٤٠ سنة .
- ١٩,٧% فى الفئة العمرية ٤٠-٤٥ سنة .
- ١٥,٢% فى الفئة العمرية ٤٥-٥٠ سنة .
- ٤٢,٤% فى الفئة العمرية ٥٠-٥٥ سنة .

ويبلغ متوسط أعمار المبحوثين ٤٦,٤ سنة بانحراف معيارى ٦,٨ .

١/٢- توزيع المبحوثين وفقاً لتخصصاتهم :-

جدول (٢) تخصصات المبحوثين

| المؤهل | التخصص | ذكور | | إناث | | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ك | % | ك | % | | |
| ل. إصول دين + ل.أداب | فلسفة وأجتماع | ٨ | ٢٠ | ٤ | ١٥,٤ | ١٢ | ١٨,٢ |
| ل.دار علوم + آداب | لغة عربية | ١٢ | ٣٠ | ٥ | ١٩,٢ | ١٧ | ٢٧,٨ |
| ب .إعلام | صحافة ونشر | ٦ | ١٥ | ٢ | ٧.٧ | ٨ | ١٢,١ |
| ل. آداب | تاريخ | ١٠ | ٢٥ | ٤ | ١٥.٤ | ١٤ | ٢١,٢ |
| ب فنون وتربية | فنون | - | - | ٦ | ٢٣,١ | ٦ | ٩,١ |
| ب. تجارة | إدارة أعمال | ٢ | ٥ | - | - | ٢ | ٣,٠٣ |
| دبلوم متوسط | - | ٢ | ٥ | ٥ | ١٩,٢ | ٧ | ١٠,٦ |
| | ن | ٤٠ | ٦٠,٦ | ٢٦ | ٣٩,٤ | ٦٦ | ١٠٠ |

فى إطار النتائج السابقة نستخلص ما يلى :-

تبلغ نسبة المتخصيصين فى مجال الإعلام عموماً ١٢,١% من جملة العينة ، فى حين تبلغ نسبة غير المتخصصين ٨٧,٩% ولا يوجد أى متخصص فى مجال العلاقات العامة مباشرة .

أعلى نسبة بين عينة البحث تقع فى تخصص ةاللغة العربية ٢٧,٨% .

يليها الحاصلون على ليسانس آداب قسم تاريخ ٢١,٢%.

يليها المتخصصون فى الفلسفة والإجتماع من الحاصلين على درجة الليسانس سواء من كلية أصول الدين أوكلية الأداب ١٨,٢% .

أما الدبلومات المتوسطة فتبلغ نستهم ١٠,٦% .

يليها الحاصلون على بكالوريوس فنون وتربية حيث بلغت نسبيتهم ٩,١% .

وأخيراً يأتى الحاصلون على بكالوريوس تجارة بنسبة ٣.٣% وهذه النتائج تعكس النقص الشديد فى المتخصصين فى مجال العلاقات العامة مما ينعكس بدورة على مستوى الأداء .

١/٣- مدى حصول المبحوثين على تدريب سابق فى مجال العلاقات العامة أوغيرها

جدول رقم (٣) تدريب المبحوثين

| لإ | فى مجال العلاقات للعام | | | | فى مجالات أخرى | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الرأى | نعم | | لا | | نعم | | لا | |
| لجذ | ك | % | ك% | % | ك | % | ك | % |
| ذكور | ١٨ | ٤٥ | ٢٢ | ٥٥,٢ | ٣٠ | ٧٥ | ١٠ | ٢٥ |
| إناث | ٦ | ٢٣,١ | ٢٠ | ٧٦,٩ | ١٧ | ٦٥,٤ | ٩ | ٣٤,٦ |
| ك | ٢٤ | ٣٦,٤ | ٤٢ | ٦٣,٦ | ٤٧ | ٧١,٢ | ١٩ | ٢٨,٨ |

يتضح من الجدول السابق أن ٣٦,٤% من جملة أفراد العينه قد حصلوا على تدريب سابق فى مجال العلاقات العامة فى حين بلغت نسبة من لم يحصلوا على أى تدريب ٦٣,٦% وهى نسبة كبيرة تعكس مدى الحاجة إلى التدريب كوسيلة لرفع مستوى الأداء خاصة عند غير المتخصصين .

فى حين تبلغ نسبة من حصل من المبحوثين على برامج تدريبية خارج نطاق العلاقات العامة ٧١,٢% أما من لم

يحصلوا على أى برامج تدريبيـــة فنجـد أن نسـبتهم بلغـت ٢٨,٨%

نستخلص من هذه النتائج مدى حاجة العاملين فـــى إدارات العلاقات العامة فى وزارة التربيـة والتعليـم إلـى التدريب المتخصص والمستمر إلـى أن يتـم شـغل هـذه الوظـائف بالمتخصصين فى هذا المجال[1].

**٢- العلاقات العامة : المفهوم والأهمية :**

٢/١- المبحوثون وتصورهم لمفهوم العلاقات العامة :

جدول رقم ( ٤ ) مفهوم العلاقات العامة عند المبحوثين .

| الجنس | ذكور | | إناث | | مـ | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| عناصر المفهوم | ك | % | ك | % | ك | |
| تقديم خدمات خاصة للمسؤلين | ٨ | ٢٠ | ١٠ | ٣٨,٥ | ١٨ | ٢٧,٣ |
| تقديم خدمات للعـاملين (علاج-سلف-مصايف) | ١٢ | ٣٠ | ٦ | ٢٣,١ | ١٨ | ٢٧,٣ |
| عملية تشـهيلات (استقبال-حجز تذاكر-فندقة ألخ) | ١٤ | ٣٥ | ١٥ | ٥٧,٧ | ٢٩ | ٤٣,٩ |
| حلقة وصل بين المؤسسة وجماهيرها | ٢٥ | ٦٢,٥ | ١١ | ٤٢,٣ | ٣٦ | ٥٤,٥ |
| مرآة تعكس أنشطة المؤسسة إلى جماهيرها | ١٥ | ٣٧,٥ | ١٢ | ٤٦,٢ | ٢٧ | ٤٠,٩ |
| ن | ٤٠ | ٦٠,٦ | ٢٦ | ٣٩,٤ | ٦٦ | ١٠٠ |

نستخلص من الجدول السابق ما يلى :-

٥٤,٥% من المبحوثين يرون أن العلاقات العامة " حلقـة الوصل بين المؤسسة وجماهيرها "

فى حين ذكر ٤٣,٩% منهم أنها "عملية تشهيلات".

بينما أوضح ٤٠,٩% أن العلاقات العامة "مـرآة تعكـس أنشطة المؤسسة إلى جماهيرها .

تتساوى النسبة ( ٢٧,٣ % ) عند من يرون أن العلاقـات العامة تعنى تقديم خدمات للمسؤلين - كذلـك تقديـم خدمـات للعاملين فى المؤسسة .

نخلص مما سبق إلى أن المبحوثين فى جملتهم ليس لديـهم رؤية واضحة ومحددة لمفهوم العلاقات العامة وربمـا يكـون ذلك راجع لأن غالبية من يعملون بالعلاقـات العامـة غـير متخصصين وأن ٦٣,٦% منهم لم يحصلوا علـى أى تدريـب سابق فى مجال العلاقات العامة (جدول رقم ٣) .

٢/٢ مدى أهمية العلاقـات العامـة بالنسـبة للمؤسسـات التعليمية عند المبحوثين

جدول رقم ( ٥ ) أهمية العلاقات العامة

| الجنس | ذكور | | إناث | | مج | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الرأى | ك | % | ك | % | ك | |
| العلاقات العامة هامة جداً | ٣٥ | ٨٧,٥ | ٢٦ | ١٠٠ | ٦١ | ٩٢,٤ |
| هامة إلى حد ما | ٤ | ١٠ | - | - | ٤ | ٦,١ |
| غير هامة | ١ | ٢,٥ | - | - | ١ | ١,٥ |
| ن | ٤٠ | ٦٠,٦ | ٢٦ | ٣٩,٤ | ٦٦ | ١٠٠ |

يوضح الجدول السابق أن ٩٢,٤% من جملـة المبحوثيـن يرون أن العلاقات العامة هامة جداً بالنسبة لعمليـة التعليـم . فى حين يرى ٦,١% (وهى نسبة ضئيلة) أن العلاقات العامـة هامة إلى حد ما . وأخيراً يرى ١,٥% مـن العينـة (مفـردة واحدة) أن العلاقات العامة غير هامة.

وبسؤال الذين رأوا أن العلاقات العامة هامة جـداً للعمليـة التعليمية عن أسـبابهم فـى ذلـك تمثلـت إجاباتـهم علـى النحو التالى:

جدول ( ٦ ) جوانب الأهمية للعلاقات العامة

| الأسباب | ك | % |
|---|---|---|
| لأنها حلقة وصل بين المؤسسة وجماهيرها (الداخليـة والخارجية) | ٣٠ | ٤٦,٢ |
| لأنها الواجهه الحقيقة لكل زائر | ٢٦ | ٤٠ |
| لدورها الإعلامى عن المؤسسة وأنشطتها | ١٧ | ٢٦,٢ |
| لما تقدمة من خدمات للعـاملين والطـلاب وأوليـاء الأمور | ٢٨ | ٤٣,١ |
| لأنها تقوم بمتابعة المشكلات فـى وسـائل الإعـلام والرد عليها | ٢٣ | ٣٥,٤ |
| لأنها تقدم المشورة للإدارة والمسئولين بما يسـاعد فى أتخاذ القرارفى الوقت المناسب | ١٥ | ٢٣,١ |
| لأنها تعمل على تأكيد الروابط الإنسانية | ٢٦ | ٤٠ |
| ن | ٦٥ | ١٠٠ |

وبسؤال المبحوثين عن أسباب عدم أهمية العلاقات العامـة بالنسبة للعملية التعلمية ، كانت إجاباتهم على النحوالتالى:-

---

[1] قام الباحث بإعداد وتنفيذ دورة تدريبية متخصصة للعـاملين فـى ادارات العلاقـات العامـة بـوزارة التربيـة والتعليـم والمديريات بالتعاون مع المركز التكنولوجـى للتدريـب عـن بعد فى الفترة من ٩٧/٧/٢٦ إلى ١٩٩٧/٧/٣٠ .

جدول رقم ( ٧ ) أسباب عدم جدوى العلاقات العامة

| الأسباب | ك | % |
|---|---|---|
| لأنها بعيدة كل البعد عن مجالها الحقيقى (فى وضعه الراهن) | ٣ | ٦٠ |
| عدم إيمان المسئولين بأهميتها وبدورها فى العلمية التعليمية | ٤ | ٨٠ |
| الميزانية المخصصة لها ضئيلة لا تكفى للقيام بـ لى نشاط هام | ٤ | ٨٠ |
| بعض أختصاصاتها تقوم به إدارات آخرى | ٣ | ٦٠ |
| عدم وجود متخصصين فى العلاقات العامة | ٢ | ٤٠ |
| ن | ٥ | ١٠٠ |

يوضح العرض السابق أن المبحوثين وإن كانوا بحاجة إلى المزيد من التدريب للحصول على المعرفة اللازمة فى مجال العلاقات العامة (جدول ٣) إلا أن غالبيتهم (٩٢,٤%) يدركون أهميتها بالنسبة للعملية التعليمية . وتتمثل هذه الأهمية فى أنها حلقة الوصل بين الوزارة وجماهيرها (٤٦,٢%) ولأنها الواجهه الحقيقية لكل زائر (٤٠%) ولدورها الإعلامى الهام (٢٦,٢%) ولما تقدمة من خدمات لجماهيرها (٤٣,١%) ولأنها تقوم بمتابعة ما يكتب فى وسائل الإعلام عن الوزارة ومديرياتها والرد عليها (٣٥,٤%) ولأنها تقدم المشورة للإدارة العليا (٢٣,١%) وأخيراً فإنها تعمل على تأكيد الروابط الإنسانية (٤٠%) ورغم ذلك فإن ٧,٦% من المبحوثين يرون أن هذه الأهمية تنهار بسبب مجموعة من العوامل : فهى فى وضعها الراهن بعيدة عن مجالها الحقيقى (٦٠%) فضلاً عن عدم إيمان المسئولين بأهميتها وبدورها فى العملية التعليمية (٨٠%) إضافة إلى أن الميزانية المخصصة ضعيفة جداً (٨٠%) فضلاً عن تداخل أختصاص إدارة العلاقات العامة مع إدارات أخرى (٦٠%) وأخيراً فإن العلاقات العامة تعانى من النقص الشديد فى الكوادر المتخصصة (٤٠%) كل ذلك يقلل من أهمية العلاقات العامة ويضعف من دورها فىالعملية التعلمية.

**٣- أهداف وخطط العلاقات العامة**

٣/١- مدى ادراك المبحوثين لأهداف العلاقات العامة . يوضح الجدول التالى رؤية المبحوثين لأهداف العلاقات العامة.

جدول رقم ( ٨ ) مدى وجود أهداف للعلاقات العامة

| الجنس | ذكور | | إناث | | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الرأى | ك | % | ك | % | | |
| دائما لها أهداف واضحة ومحددة | ٣٣ | ٨٢,٥ | ٢٤ | ٩٢,٣ | ٥٧ | ٨٦,٤ |
| أحياناً وأحياناً | ٤ | ١٠ | ١ | ٣,٨ | ٥ | ٧,٦ |
| لا يوجد لها أهداف | ٣ | ٧,٥ | ١ | ٣,٨ | ٤ | ٦,١ |
| ن | ٤٠ | ٦٠,٦ | ٢٦ | ٣٩,٤ | ٦٦ | ١٠٠ |

يتبين لنا من الجدول السابق أن ٨٦,٤% من المبحوثين يرون أن العلاقات العامة دائماً لها أهداف واضحة ومحددة فى حين يرى ٧,٦% منهم أنه أحياناً يكون لها أهداف وأحياناً أخرى تسير بلا أهداف . بينما يرى ٦,١% عدم وجود أهداف للعلاقات العامة وأن تفاوتت هذه النسب بين الذكور والإناث كما هو موضح بالجدول السابق

٣/٢- أهداف العلاقات العامة كما يراها المبحوثين :-

٣/ب- وبسؤال المبحوثين عن رؤيتهم لأهداف العلاقات العامة ، تمثلت إجاباتهم فيما يلى :-

جدول رقم ( ٩ ) أهداف العلاقات العامة

| الأهـــــداف | ك | % |
|---|---|---|
| إيجاد سمعة طيبة وصورة ممتازة بين جماهير الوزارة ومؤسساتها | ٣١ | ٦٢,٩ |
| تنمية العلاقات الطيبة بين العاملين | ٢٠ | ٣٢,٢ |
| المساهمة فى إيجاد حلول للمشاكل المرتبطة بالعمل | ٣٠ | ٤٨,٤ |
| توثيق الصلة مع المؤسسات الأخرى والعمل على ربط رجال الأعمال بالمؤسسات التعلمية | ٣٢ | ٥١,٦ |
| إرشاد التلاميذ دينياً وثقافياً وإجتماعياً عن طريق الندوات والمحاضرات والمسابقات | ٣٣ | ٥٣,٢ |
| تربية الذوق الرفيع من خلال التعاون مع مشرف الأنشطة فى إقامة معارض وحفلات للتلاميذ | ٢٩ | ٤٦,٨ |
| خدمة الطلاب والإرتفاع بمستواهم العلمى والأخلاقى | ٢٥ | ٤٠,٣ |
| الإتصال بالجماهير وتلبية إحتياجاتهم | ٢٩ | ٤٦,٨ |
| إشاعة جومن الأمن والأمان يكون حافزاً على العمل والإنتاج | ٢٣ | ٣٧,١ |
| بحث حالات الطلبة المحتاجين ومساعدتهم | ٢١ | ٣٣,٩ |
| ن | ٦٢ | ١٠٠ |

توضح نتائج الجدول السابق مدى فهم وإدراك المبحوثين لأهداف العلاقات العامة وذلك على النحوالتالى :-

١. ايجاد سمعة طيبة وصورة ممتازة بين جماهير الوزارة ومؤسساتها ٦٢,٩ % .
٢. أرشاد التلاميذ دينيا وثقافيا واجتماعيا عن طريق الندوات والمحاضرات والمسابقات ٣٥,٢ % .
٣. توثيق الصلة مع المؤسسات الأخرى والعمل على ربط رجال الأعمال بالمؤسسات التعليمية ٥١,٦%
٤. المساهمة فى ايجاد حلول للمشاكل المرتبطة بالعمل ٤٨,٤ % .
٥. تربية الذوق الرفيع من خلال التعاون مع مشرفى الأنشطة فى أقامة معارض وحفلات للتلاميذ ٤٦,٨%
٦. الاتصال بالجماهير وتلبية احتياجاتهم ٤٦,٨% .
٧. خدمة الطلاب والارتفاع بمستواهم العلمى والاخلاقى ٤٠,٣% .
٨. أشاعة جومن الأمن والأمان يكون حافزا على العمل والانتاج ٣٧,١% .
٩. بحث حا ٥ الطلبة المحتاجين ومساعدتهم ٣٣,٩% .
١٠. تنمية العلاقات الطيبة بين العاملين ٣٢,٢ % .

٣/٣- لماذا لا توجد أهداف واضحة للعلاقات العامة عند من يرون ذلك ؟

بسؤال المبحوثين عن هذه الأسباب تمثلت إجاباتهم على النحو التالى :-

جدول رقم ( ١٠ ) أسباب عدم وجود أهداف للعلاقات العامة

| الأسباب | ك | % |
|---|---|---|
| عدم دراية المسئولين بشئون العلاقات العامة ودورها الحقيقى. | ٧ | ٧٧,٨ |
| العمل يسير بطريقة تلقائية ولا يحتاج لوضع أهداف. | ٥ | ٥٥,٦ |
| نقص العمالة المتخصصة. | ٤ | ٤٤,٤ |
| ضعف الإعتمادات المالية لايساعد فى وضع أهداف نسعى لتحقيقها. | ٨ | ٨٨,٩ |
| نقص الإمكانات والأجهزة التى تساعد فى تنفيذ أنشطة العلاقات العامة. | ٤ | ٤٤,٤ |
| ن | ٩ | ١٠٠ |

تبين مما سبق أن ضعف الإعتمادات المالية من أهم الأسباب التى لا تساعد العاملين بالعلاقات العامة فى وضع أهداف محددة يسعون لتحقيقها ( ٨٨,٩ % ) فبدون المال لايمكن تحقيق أى شيء .

ثم يأتى عدم دراية المسئولين فى الأدارة العليا بشئون العلاقات العامة وعدم معرفتهم بدورها الحقيقى من أهم الأسباب التى تساهم فى عدم وضع أهداف حقيقة للعلاقات العامة (٧٧,٨ % ).

وفى رأينا فإن السببين السابقين يؤديان إلى النتيجة الثالثة وهى أن سير العمل فى العلاقات العامة يتم بطريقة تلقائية فلا حاجة إلى وضع أهداف لها ٥٥,٦ %.

وتتساوى النسبة ( ٤٤,٤ % ) بين نقص العمالة المتخصصة ونقص الامكانات المادية والأجهزة المعينة كأسباب تدعولعدم وضع أهداف واضحة للعلاقات العامة. وهذه الاسباب هى التى تجعل العمل يسير بدون أهداف محددة للعلاقات العامة . وهى فى رأينا أسباب واقعية يجب العمل على تلافيها وايجاد الحلول لها.

٣/٢ - خطط العلاقات العامة فى رأى المبحوثين .

٣/٢/أ - إلى أى مدى توضع خطط لعمل إدارة العلاقات العامة فى المؤسسات التعليمية ؟ :-

جدول ( ١١ ) هل توضع خطة للعلاقات العامة ؟

| الجنس | ذكور | | إناث | | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الرأى | ك | % | ك | % | | |
| نعم | ١٩ | ٤٧.٥ | ١٣ | ٥٠ | ٣٢ | ٤٨,٥ |
| لا | ٢١ | ٥٢,٥ | ١٣ | ٥٠ | ٣٤ | ٥١,٥ |
| ن | ٤٠ | ٦٠,٦ | ٢٦ | ٣٩,٤ | ٦٦ | ١٠٠ |

يوضح الجدول السابق أن ٤٨,٥ % من المبحوثين يرون أن العلاقات العامة لها خطط فى حين يرى ٥١,٥ % منهم أن العلاقات العامة ليس لها أى خطة وهذه النتيجة تشير إلى أن العمل فى ادارة العلاقات العامة يسير بطريقة عشوائية ووفقا لاجتهادات فردية .

٣/٢/ب - من الذى يضع خطة العلاقات العامة ؟

نقف على ذلك من خلال الجدول التالى :-

جدول رقم ( ١٢ ) من يضع خطة العلاقات العامة ؟

| المسؤل عن وضع خطة العلاقات العامة | ذكور | | إناث | | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | | |
| إدارة العلاقات العامة | ١١ | ٥٧,٩ | ٩ | ٦٩,٢ | ٢٠ | ٦٢,٥ |
| رئاسة الجهاز أوالهيئة التى تتبعها | ٨ | ٤٢,١ | ٤ | ٣٠,٨ | ١٢ | ٣٧,٥ |
| الإستعانة بإدارات أخو | - | -- | - | -- | - | -- |
| خبراء من خارج للمؤسسد | - | -- | - | -- | - | -- |
| | ١٩ | | ١٣ | | ٣٢ | ١٠٠ |

يتضح من الجدول السابق أن إدارة العلاقات العامة تقوم بنفسها بإعداد خطتها عند ٦٢,٥ % من المبحوثين . فى حين يرى ٣٧,٥ % أن رءاسة الجهاز هى التى تضع هذة الخطط. وكذلك لا تستعين إدارة العلاقات العامة لا بإدارات أخرى أوأى خبراء من خارج المؤسسة.

٣/٢/جـ - لماذا لا توضع خطط لإدارات العلاقات العامة ؟

تمثلت إجابات المبحوثين على هذا السؤال فى نتائج الجدول التالى :-

جدول رقم ( ١٣ ) اسباب عدم وضع خطة للعلاقات العامة .

| الأسباب | ك | % |
|---|---|---|
| العمل لا يحتاج لوضع خطة . | ١٧ | ٥٠ |
| العمل اليومى يستهلك الجهد . | ١٤ | ٤١,٢ |
| إهمال المسئولين وعدم اهتمامهم بالعلاقات العامة . | ٢٢ | ٦٤,٧ |
| عدم وجود كوادر متخصصة يمكنهم وضع خطة . | ٢٢ | ٦٤,٧ |
| عدم وجود اعتمادات مالية . | ٢٣ | ٦٧,٦ |
| ن | ٣٤ | ١٠٠ |

توضح نتائج الجدول السابق الاسباب التى تحول دون قيام العلاقات العامة بوضع خطط لأنشطتها . حيث جاءت قلة الإعتمادات المالية كأبرز الأسباب ٦٧,٦ % يليها عدم اهتمام المسئولين من جانب ونقص الكوادر المتخصصة من جانب آخر عند ٦٤,٧ % . ثم أن العمل لا يحتاج إلى خطة عند ٥٠ % . وأخيرا يأتى العمل اليومى الذى يستهلك الجهد فلا يصبح ثمة ضرورة لوضع خطة عند ٤١,٢ % وهذه الأسباب تمثل - فى رأينا - كما أثبتتها بحوث سابقة ( ٢ ) أهم عوائق العمل فى إدارات العلاقات العامة.

٣/٢/د - مفهوم التخطيط عند المبحوثون :-

فى إطار عملية التخطيط سُئل المبحوثين عن آرائهم حول مفهوم التخطيط فى إطار مجموعة من العناصر المحددة . ويوضح الجدول التالى ما أسفر عنه البحث من نتائج :-

جدول ( ١٤ ) مفهوم التخطيط عند المبحوثين .

| الراى | أوافق | | لا | |
|---|---|---|---|---|
| عناصر المفهوم | ك | % | ك | % |
| تحديد المشروعات فى نطاق الأهداف . | ٢٧ | ٤٠,٩ | ٩ | ١٣,٦ |
| تحديد البرامج فى إطار الميزانيات . | ٣٣ | ٥٠ | ٨ | ١٢,١ |
| وضع المشروعات فى إطار برنامج زمنى مع الالتزام بتنفيذ | ٢٤ | ٣٦,٤ | ١٥ | ٢٢,٧ |
| وضع برامج تهدف الى خدمة المسئولين وخدمة مصالحهم . | ٨ | ١٢,١ | ٥ | ٧,٦ |
| الإستخدام الأمثل للإمكانيات المتاحة مادية وبشرية . | ٣٧ | ٥٦,١ | ١٨ | ٢٧,٣ |
| ن | ن = ٦٦ | | | |

نستخلص من الجدول السابق أن المبحوثين قدموا من خلال إجاباتهم فهما صحيحا لمفهوم التخطيط . فالتخطيط فى أعلى نسبة ٥٦,١ % يعنى الاستخدام الأمثل للإمكانات المتاحة يلية أنه يعنى تحديد البرامج فى إطار الميزانيات ٥٠ % وأيضا تحديد المشروعات فى نطاق الأهداف ٤٠,٩ % وأخيرا يأتى عنصر جدولة المشروعات زمنيا فى الترتيب الرابع ٣٦,٤ % .

أما العنصر الرابع فى الترتيب ويعنى وضع برامج لخدمة المسئولين وهوبطبيعته يخرج عن عملية التخطيط ومفهومة فقد حصل على أدنى التكرارات حيث بلغت نسبتة ١٢,١ % وأخير نجد أن متوسط غير الموافقين على عناصر مفهوم التخطيط يبلغ ١١ مفردة بنسبة ١٦,٧ % وهى نسبة وإن كانت ثليلة الا انها تعكس فهما قاصرا لوظيفة التخطيط باعتبارها من أهم وظائف العلاقات العامة .

**٤- العلاقات العامة وجماهيرها .**

٤/١ - العلاقات العامة وما تقدمة من أنشطة وخدمات:-

للمؤسسات التعليمية جماهير غفيرة . فما هى الأنشطة والخدمات التى تقدمها العلاقات العامة لهؤلاء الجماهير ؟ ذلك ما سنقف عليه من خلال الجدول التالى :-

توضح نتائج الجدول رقم (١٥) اتجاهات الأنشطة التى تقدمها العلاقات العامة لجماهيرها داخلية كانت أم خارجية . فإذا أخذنا متوسط تكرارات فئات الانشطة التى تقدمها العلاقات العامة لإجمالى المبحوثين . يتضح لنا ما يلى :-

١. تتركز أنشطة العلاقات العامة لخدمة العملية التعليمية أساساً حيث تبلغ نسبة الانشطة الموجهة للمدارس ٦٢,٩% وتتمثل فى
   أ. توزيع القرارات والنشرات والأوامر الإدارية ٣٩,٤%.
   ب. تقديم المشورة والنصح ٦٠,٦% .
   ج. إعداد نشرات وكتيبات وتوزيعها على المدارس ٧١,٢%.
   د. الرد على تساؤلات المدارس واستفساراتها ٨٠,٣%.
٢. تليها الأنشطة الموجهة للطلاب حيث تبلغ نسبتها ٥٦,٨% وتتمثل فى تلقى الشكاوى والرد عليها ٦٦,٧% . والإبلاغ عن الأنشطة القومية والمسابقات ٤٧ % .

جدول رقم ( ١٥ ) أنشطة وخدمات العلاقات العامة

| م | | الأنشطة والخدمات | ك | % |
|---|---|---|---|---|
| ١ | البيئة المحلية :- | أ- مشروعات خدمة بيئة . | ٢٥ | ٣٧,٨ |
| | | ب- مشروعات محو أمية . | ١٠ | ١٥,٢ |
| | | جـ- حملات توعية صحية وسكانية . | ٣١ | ٤٧ |
| ٢ | رعاية العاملين :- | أ- بحث حالة المحتاجين وتقديم مساعدات مالية لهم . | ٢٨ | ٤٢,٤ |
| | | ب- عمل رحلات ترفيهية . | ٤١ | ٦٢,١ |
| | | جـ- إقامة معارض للبيع بالتقسيط . | ٩ | ١٣,٦ |
| | | د - حجز مصايف . | ٣٠ | ٤٥,٥ |
| | | هـ- علاج طبى . | ١٣ | ١٩,٧ |
| ٣ | المدارس :- | أ- توزيع القرارات والنشرات والأوامر الإدارية . | ٢٦ | ٣٩,٤ |
| | | ب- تقديم المشورة والنصح . | ٤٠ | ٦٠,٦ |
| | | جـ- اعداد نشرات وكتيبات وتوزيعها على المدارس . | ٤٧ | ٧١,٢ |
| | | د - الرد على تسؤلات المدارس واستفساراتها . | ٥٣ | ٨٠,٣ |
| ٤ | الطلاب :- | أ- تلقى الشكاوى والرد عليها . | ٤٤ | ٦٦,٧ |
| | | ب- الإبلاغ عن الأنشطة القومية والمسابقات . | ٣١ | ٤٧ |
| ٥ | أولياء امور الطلاب :- | أ- عقد اجتماعات لمناقشة مشاكل أبنائهم . | ١٩ | ٢٨,٩ |
| | | ب- تلقى شكاواهم والرد عليها . | ٤١ | ٦٢,١ |
| | | جـ- عقد اجتماعات دورية لشرح سياسة الوزارة . | ١٣ | ١٩,٧ |
| | | ن | ٦٦ | ١٠٠ |

٣. تليها الانشطة الموجهة لخدمة أولياء أمور الطلاب حيث بلغت النسبة ٣٦,٩% . وتتمثل هذه الأنشطة فى :-

أ. عقد اجتماعات لمناقشة مشاكل أبنائهم ٢٨,٩%.

ب. تلقى شكاواهم والرد عليها ٦٢,١%.

ج. عقد اجتماعات دورية لشرح سياسة الوزارة ١٩,٧%.

٤. تليها الأنشطة الموجهة لرعاية العاملين بنسبة ٣٦,٧ % وتتمثل فى:-

أ. بحث حاله المحتاجين وتقديم مساعدات مالية لهم ٤٢,٤%.

ب. عمل رحلات ترفيهية ٦٢,١ % .

ج. إقامة معارض للبيع بالتقسيط ١٣,٦ % .

د. حجز مصايف ٤٥,٥ % .

ه. علاج طبى ١٩,٧ .

٥. وأخيرا تأتى الأنشطة الموجهة لخدمة البيئة بنسبة ٣٣,٣% . وتتمثل فى :-

أ. مشروعات خدمة بيئة ٣٧,٨ % .

ب. مشروعات محو أمية ١٥,٢% .

ج. حملات توعية صحية وسكانية ٤٧ %. وهى فى جملتها تهدف لخدمة العملية التعليمية.

٢/٤- مدى كفاية هذه الأنشطة من وجهة نظر المبحوثين:-

يوضح الجدول التالى رؤية المبحوثين فى مدى كفاية ما تقدمة العلاقات العامة من أنشطة وخدمات .

جدول رقم ( ١٦ ) مدى كفاية ما تقدمه العلاقات العامة من أنشطة وخدمات

| الجنس | ذكور | | إناث | | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الرأى | ك | % | ك | % | | |
| كافية جدا | -- | -- | ٩ | ٣٤,٦ | ٩ | ١٣,٦ |
| كافية الى حدما | ١٧ | ٤٢,٥ | ١١ | ٤٦,٢ | ٢٨ | ٤٢,٤ |
| غير كافية | ٢٣ | ٥٧,٥ | ٦ | ٢٣,١ | ٢٩ | ٤٣,٩ |
| ن | ٤٠ | ٦٠,٦ | ٢٦ | ٣٩,٤ | ٦٦ | ١٠٠ |

تبين لنا من الجدول السابق أن أعلى نسبة من المبحوثين ٤٣,٩ % يرون أن ما تقدمة العلاقات العامة من أنشطة وخدمات غير كافية . فى حين يرى ٤٢,٤ % أنها كافية الى حد ما . ثم نجد نسبة ضئيلة تبلغ ١٣,٦ % يرون أن هذه الأنشطة كافية جدا . ولكن هل هناك علاقة بين رأى

المبحوثين فى مدى كفاية انشطة وخدمات العلاقات العامة وجنسهم ؟ . ثم اختبار هذه العلاقة بمعامل التوافق حيث بلغت قيمته (بعد التصحيح) ٠,٥٦٩ . وهى علاقة دالة .

٣/٤ – أسباب عدم كفاية أنشطة وخدمات العلاقات العامة :-

أوضحت النتائج السابقة أن ٨٦,٤ % من المبحوثين يرون أن أنشطة وخدمات العلاقات العامة غير كافية . فى مقابل ١٣,٦ % ممن يرون أنها كافية فما هى أسبابهم فى عدم كفاية هذه الانشطة ؟ ذلك ما سيوضحه الجدول التالى:-

جدول رقم ( ١٧ )اسباب عدم كفاية أنشطة وخدمات العلاقات العامة

| الجنس / الأسباب | ذكور | | أناث | | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | | |
| ١- لأن الإدارة العليا لاتهتم بهذه الأنشطة . | ٢٠ | ٥٠ | ٣ | ١٧,٦ | ٢٣ | ٤٠,٤ |
| ٢- نقص الإعتمادات المالية . | ٣٧ | ٩٢,٥ | ١٧ | ١٠٠ | ٥٤ | ٩٤,٧ |
| ٣- هذه الأنشطة تتداخل مع انشطة ادارات أخرى | ١٠ | ٢٥ | ٥ | ٢٩,٤ | ١٥ | ٢٦,٣ |
| ٤- لا توجد عماله متخصصة كافية لممارسة النشاط | ١٠ | ٢٥ | ٦ | ٣٥,٣ | ١٦ | ٢٨,١ |
| | ٤٠ | ٢٠,٢ | ١٧ | ٣٩,٨ | ٥٧ | ١٠٠ |

توضح النتائج السابقة ما يلى :-

نقص الإعتمادات المالية ويمثل السبب الرئيسى فى عدم كفاية الأنشطة ٩٤,٧ % .

يلية عدم اهتمام الإدارة العليا بأنشطة العامة ٤٠,٤ %.

ثم نقص العمالة المتخصصة ٢٨,١ % .

وأخيرا يأتى تداخل الاختصاصات بين انشطة العلاقات العامة وانشطة ادارات أخرى ٢٦,٣ %.

وهذه العوائق فى رأى الباحث يمكن التغلب عليها وخاصة بالنسبة لتوافير الكوادر المتخصصة أودعم الميزانية. وذلك فى إطار اهتمام الدولة بالتعليم والميزانية المخصصة له.

٤/٤ – أساليب ووسائل الاتصال فى إدارة العلاقات العامة :-

تتراوح وسائل اتصال العلاقات العامة بين وسائل مباشرة أوغير مباشرة فضلا عن الوسائل التوضيحية والأجهزة السمعية البصرية Audiovisual وفى هذا الإطار تم سؤال المبحوثين عن اكثر الوسائل استخداما فى إدارة العلاقات العامة . وكانت إجاباتهم كما فى الجدول رقم (١٨) ونستخلص منها ما يلى:-

١. ان وسائل الاتصال المكتوبة والمطبوعة تأتى فى مقدمة الإستخدامات :-
   أ. المراسلات ٨٧,٨ % – النشرات ٧٢,٧ % – الملصقات ٤٦,٩ % – القرارات والتعليمات ٤٥.٥ % – المجلات المطبوعة ٣٠,٣ % .
٢. تليها فى الأهمية والاستخدام وسائل الاتصال المباشرة:-
   أ. اللقاءات والمقابلات ٦٦,٧ % – الندوات والمحاضرات ٦٠,٦ % – المسابقات والمناظرات ٤٧ % – الحفلات ٤٢,٢ % – المعارض ٤٠,٩ % – المؤتمرات ٢٥,٧ % .
٣. ثم مجموعة الوسائل التوضحية والمعنية :-
   أ. اللافتات ٧١,٢ % – الإعلانات ٦٢,١ % – شرائط الكاسيت ٩,١ % – وأخيرا الشرائح الفيلمية ٤,٥ %.
٤. تأتى فى المرتبة الأخيرة وسائل الاتصال المسموعة والمرئية:-
   أ. الراديو ٩,١ % – التليفزيون ٤,٥ % – والباقى لايستخدم إلا أحيانا وبنسب ضئيلة . ( السينما ٤,٥%- الفيديوكونفرانس ٣,٠٣%- الدوائر التليفزيونية المغلقة ٤,٥٠) .

**٥- مدى وجود تعاون وتنسيق بين ادارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى :-**

١/٥ – إلى أى مدى يوجد تعاون وتنسيق بين إدارة العلاقات العامة وغيرها من الإدارات ؟ نوضح ذلك من خلال نتائج الجدول التالى :-

جدول رقم ( ١٨ ) وسائل اتصال العلاقات العامة

| وسائل الاتصال / طبيعة الإستخدام | دائما ك | دائما % | احيانا ك | احيانا % | لا ك | لا % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ١- وسائل الاتصال المباشرة :- | | | | | | |
| ١- اللقاءات والمقابلات . | ٤٤ | ٦٦,٧ | ١٤ | ٢١,٢ | ٨ | ١٥,٢ |
| ٢- الندوات والمحاضرات . | ٤٠ | ٦٠,٦ | ١٩ | ٢٨,٧ | ٧ | ١٠,٦ |
| ٣- المسابقات والمناظرات . | ٣١ | ٤٧ | ١٣ | ١٩,٧ | ٢٢ | ٣٣,٣ |
| ٤- المؤتمرات . | ١٧ | ٢٥,٧ | ٢٢ | ٣٣,٣ | ٢٧ | ٤٠,٩ |
| ٥- الحفلات . | ٢٨ | ٤٢,٢ | ١٩ | ٢٨,٧ | ١٩ | ٢٨,٧ |
| ٦- المعارض . | ٢٧ | ٤٠,٩ | ٨ | ١٢,١ | ٣١ | ٤٦,٩ |
| ٢- وسائل الإتصال غير المباشر:- | | | | | | |
| أ- المكتوبة. | | | | | | |
| ١- المراسلات . | ٥٨ | ٨٧,٨ | ٢ | ٣,٣٠ | ٦ | ٩,١ |
| ٢- النشرات . | ٤٨ | ٧٢,٧ | ١٣ | ١٩,٧ | ٥ | ٧,٦ |
| ٣- المجلات المطبوعة . | ٢٠ | ٣٠,٣ | ٢٢ | ٣٣,٣ | ٢٤ | ٣٦,٤ |
| ٤- الملصقات . | ٣١ | ٤٦,٩ | ٢٨ | ٤٢,٤ | ٧ | ١٠,٦ |
| ٥- القرارات والتعليمات . | ٣٠ | ٤٥,٥ | ١٣ | ١٩,٧ | ٢٣ | ٣٤,٨ |
| ب - المسموعة والمرئية :- | | | | | | |
| ١- الراديو. | ٦ | ٩,١ | ١٠ | ١٥,٢ | ٥٠ | ٧٥,٨ |
| ٢- التليفزيون . | ٣ | ٤,٥ | ٦ | ٩,١ | ٥٧ | ٨٦,٣ |
| ٣- السينما . | -- | -- | ٣ | ٤,٥ | ٦٣ | ٩٥,٤ |
| ٤- الفيديو كونفرانس . | -- | -- | ٢ | ٣,٠٣ | ٦٤ | ٩٦,٩ |
| ٥- الدوائر التليفزيونية المغلقة . | -- | -- | ٣ | ٤,٥ | ٦٣ | ٩٥,٤ |
| جـ- وسائل توضيحية معنية :- | | | | | | |
| ١- الفانوس السحرى . | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| ٢- الشرائح المصورة . | -- | -- | ٢ | ٣,٠٣ | ٦٤ | ٩٦,٤ |
| ٣- اشرطة الكاسيت . | ٦ | ٩,١ | ٣ | ٤,٥ | ٥٧ | ٨٦,٤ |
| ٤- الشرائح الفيلمية . | ٣ | ٤,٥ | ٥ | ٧,٦ | ٥٨ | ٨٧,٩ |
| ٥- اللافتات . | ٤٧ | ٧١,٢ | ١٠ | ١٥,٢ | ٩ | ١٣,٦ |
| ٦- الإعلانات . | ٤١ | ٦٢,١ | ١٣ | ١٩,٧ | ١٢ | ١٨,٢ |
| ن | ن = ٦٦ | | | | | |

جدول رقم ( ١٩ ) مدى وجود تعاون بين العلاقات العامة وغيرها من الإدارات

| الرأى / الجنس | ذكور ك | ذكور % | إناث ك | إناث % | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| - دائما هناك تعاون. | ٢٣ | ٥٧,٥ | ١٢ | ٤٦,١ | ٣٥ | ٥٣,٠٣ |
| - أحيانا وأحيانا | ١٣ | ٣٢,٥ | ١٤ | ٥٣,٨ | ٢٧ | ٤٠,٩ |
| - لايوجد تعاون | ٤ | ١٠ | -- | -- | ٤ | ٦,١ |
| ن | ٤٠ | ٦٠,٦ | ٢٦ | ٣٩,٤ | ٦٦ | ١٠٠ |

يوضح الجدول السابق أن التعاون قائم بين ادارة العلاقات العامة وغيرها من الادارات بنسبة ٩٣,٣ % بين تعاون دائم ٥٣,٠٣ % أوبين حين وحين ٤٠,٩ % ولا يوجد تعاون إلا بنسبة ضئيلة تبلغ ٦,١ % من جملة المبحوثين .

٢/٥ أسباب عدم وجود تعاون بين العلاقات العامة وغيرها من الإدارات :-

وبسؤال من أفادوا بوجود عدم تعاون بين العلاقات العامة وغيرها من الإدارات عن أسباب ذلك . كانت إجابتهم على النحو التالى:-

جدول ٢٠ أسباب عدم التعاون

| الاسباب | ك | % |
|---|---|---|
| كل إداراة تحتفظ بمعلوماتها | ٣ | ٧٥ |
| كل إداراة مستقلة بذاتها | ٢ | %٥٠ |
| عدم تفهم الادارات الاخرى لدور العلاقات العامة | ٣ | %٧٥ |
| ن | ٤ | - |

تشير النتائج السابقة إلى ما يلى :-

١. تتساوى النسبة ٧٥% بين من يرون أن أسباب عدم التعاون تتمثل فى:-
   أ. أن كل ادارة تحتفظ بمعلوماتها٧٥% .
   ب. عدم تفهم الإدارات الأخرى لدور العلاقات العامة ٧٥% .
   ج. وأخيراً فإن كل ادارة مستقلة بذاتها عن الأخرى ٥٠% . ولكن هذه الاسباب يمكن تلافيها باستخدام الاساليب الحسنة فى التعامل ومن خلال برامج التدريب والتوعية بشئون العلاقات العامة وأهميتها بالنسبة لجميع الادارات .

**٦- العلاقات العامة والبحث العلمى :-**

١/٦ إلى أى مدى تقوم إدارة العلاقات العامة بإجراء بحوث علمية

يوضح الجدول التالى مواقف العلاقات العامة فى المؤسسات التعليمية من البحث العلمى واستخدامة

جدول(٢١) مدى قيام العلاقات العامة بإجراء بحوث علمية

| الجنس | ذكور | | إناث | | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الرأى | ك | % | ك | % | | |
| دائما | - | - | - | - | - | - |
| أحيانا | ١٠ | ٢٥ | ٩ | ٣٤,٦ | ١٩ | ٢٨,٨ |
| لا | ٣٠ | ٧٥ | ١٧ | ٦٥,٤ | ٤٧ | ٧١,٢ |
| ن | ٤٠ | ٦٠,٦ | ٢٦ | ٣٩,٤ | ٦٦ | ١٠٠ |

يعكس الجدول السابق موقف العلاقات العامة من استخدام البحث العلمى كأداه لتطوير الاداء حيث ينعدم الاستخدام الدائم . ويبقى الذى يستخدمون البحوث العلمية احيانا بنسبة ٢٨,٨% أما الذين لايستخدمونه فنسبتهم ٧١,٢%

٢/٦ 'أسباب عدم قيام العلاقات العامة بإجراء بحوث علمية :-

يوضح الجدول التالى أسباب عدم القيام ببحوث علمية فى العلاقات العامة

جدول (٢٢) سباب عدم قيام العلاقات العامة بأجراء بحوث

| الأسباب | ك | % |
|---|---|---|
| ١-نقص الكوادر المدربة | ٤٧ | ٧١,٢ |
| ٢-نقص الإعتمادات المالية | ٦٠ | ٩٠,٩ |
| ٣-عدم الاهتمام بالبحث العلمى فى معالجة المشكلات | ٤٠ | ٦٠,٦ |
| ن = ٦٦ | | |

وهى أسباب دون شك تجعل القائمين على العلاقات العامة عاجزين عن اتخاذ أى قرار إيجابى بشأن إستخدام البحوث العلمية كوسيلة للتقويم والتخطيط وتحسين الاداء . فنقص الاعتمادات (٩٠,٩%) ونقص الكوادر المدربة ٧١,٢% فضلا عن عدم الاهتمام بالبحث العلمى ٦٠,٦% كلها عوائق أمام بحوث العلاقات العامة

٣/٦ ماهى الجهة التى تقوم بإجراء بحوث العلاقات العامة:-

جدول (٢٣) من يقوم بإجراء بحوث العلاقات العامة ؟

| الجنس / الجهة | ذكور | | إناث | | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | | |
| ١-قسم البحوث بإدارة العلاقات العامة | ٥ | ٥٠ | ٣ | ٣٣,٣ | ٨ | ٤٢,١ |
| ٢-قسم البحوث بالوزارة | ٢ | ٢٠ | ٢ | ٢٢,٢ | ٤ | ٢١,١ |
| ٣-الاستعانة بجهة بحثية متخصصة | - | - | - | - | - | - |
| ٤-الاستعانة باحد الخبراء | - | - | - | - | - | - |
| ٥- بالإجتهاد الشخصى | ٧ | ٧٠ | ٦ | ٦٦,٧ | ١٣ | ٦٨,٤ |
| ك | ١٠ | ٥٢,٦ | ٩ | ٤٧,٤ | ١٩ | ١٠٠ |

يعتبر الاجتهاد الشخصى من العاملين فى إدارات العلاقات العامة محور العمل بالنسبة لبحوث العلاقات العامة ٦٨,٤% يلية قسم البحوث بإدارة العلاقات العامة ٤٢,١% واخيرا ياتى قسم البحوث بالوزارة فى الترتيب الثالث ٢١,١ هذا ولا تستعين العلاقات العامة لا بجهة بحثية متخصصة ولا باحد الخبراء والسبب فى رأينا هو نقص الكوادر المتخصصة ونقص الميزانية هذا فضلا عن ان البحث العلمى فى هيئاتنا الحكومية لا يلقى الاهتمام الواجب.

٤/٦ أوجه الإستفادة من بحوث العلاقات العامة

أستطلع الباحث أراء المبحثوين حول اوجه الإستفادة من بحوث العلاقات العامة . ويوضح الجدول التالى ماأسفر عنه البحث من نتائج

جدول (٢٤) أوجة الاستفادة من بحوث العلاقات العامة

| م | أوجه الإستفادة من بحوث العلاقات العامة | ك | % |
|---|---|---|---|
| ١ | أستطلاع آراء الجماهير | ١٤ | ٧٣,٧ |
| ٢ | معرفة المشكلات وعلاجها | ١٢ | ٦٣,٢ |
| ٣ | توفير البيانات الازمة لخطط الأنشطة | ٩ | ٤٧,٤ |
| ٤ | تزويد الإدارة العليا بالمعلومات والبيانات | ١٠ | ٥٢,٦ |
| ٥ | تقويم وتطوير العمل بالعلاقات العامة | ٨ | ٤٢,١ |
| | ن | ١٩ | ١٠٠ |

نستخلص من الجدول السابق أن " استطلاع اراء الجماهير " يمثل اهم الفوائد عند المبحوثين ، حيث بلغت نسبته ٧٣,٧% يليه " معرفة المشكلات وعلاجها " ٦٣,٢%. ثم "توفير البيانات اللازمة لخطط الانشطة " ٥٢,٦ % وأخيرا تأتى عملية " تقويم وتطوير العمل فى العلاقات العامة " بنسبة ٤٢,١% وهذه الفوائد فى جملتها توفر قاعدة البيانات المطلوبة فىأى عمل أونشاط من أنشطة .علاقات العامة .

**٧- العلاقات العامة والعملية التعليمية.**

١/٧ هل للعلاقات العامة دور فى العملية التعليمية ؟

جدول رقم (٢٤) دور العلاقات العامة في العملية التعليمية

| الجنس | ذكور | | إناث | | ك | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الرأى | ك | % | ك | % | | |
| نعم | ٢٧ | ٦٧,٥ | ٢٠ | ٧٦,٩ | ٤٧ | ٧١,٢ |
| لا | ١٣ | ٣٢,٥ | ٦ | ٢٣,١ | ١٩ | ٢٨,٨ |
| ن | ٤٠ | ٦٠,٦ | ٢٦ | ٣٩,٤ | ٦٦ | ١٠٠ |

يوضح الجدول السابق أن ٧١,٢% من المبحوثين يرون ان للعلاقات العامة دور فى العملية التعليمية . فى حين نجد ٢٨,٨ % منهم فقط لا يرون ان لها دور . ولكن هل رأى المبحوثين له علاقة بجنسهم ؟ حاول الباحث اختبار هذه العلاقة بمعامل التوافق تبين أن قيمة ق =٠,١٤١ وهى تعكس علاقة طردية موجبة

٢/٧ ماهوهذا الدور ؟ وإلى أى مدى يتحقق فى الواقع ؟

يوضح الجدول التالى رؤية المبحوثين لدور العلاقات العامة فى العملية التعليمية :-

جدول(٢٥) جوانب هذا الدور

| الراى / الدور | ينفذ ك | ينفذ % | لا ينفذ ك | لا ينفذ % |
|---|---|---|---|---|
| إبلاغ سياسة الوزارة إلى الجماهير | ٣٨ | ٨٠,٩ | ٩ | ١٩,١ |
| إقناع الجماهير بهذه السياسة | ٣٣ | ٧٠,٢ | ١٤ | ٢٩,٨ |
| نقل آراء الجماهير إلى المسؤلين بالوزارة | ٣٧ | ٧٨,٧ | ١٠ | ٢١,٣ |
| دراسة المشكلات ورفعها إلى الجهات المختصة | ٣٥ | ٧٤,٥ | ١٢ | ٢٥,٥ |
| دراسة شكاوى الجماهير والرد عليها | ٢٥ | ٥٣,٢ | ٢٢ | ٤٦,٨ |
| المساعدة فى تيسير قنوات الاتصال بين الإدارة والمدارس | ٣١ | ٦٥,٩ | ١٦ | ٣٤,٠٤ |
| ك | ٤٧ | ١٠٠ | ٤٧ | ١٠٠ |

يتضح - من خلال الجدول السابق - أبعاد دور العلاقات العامة بالنسبة للعملية التعليمية على النحوالتالى :-

يأتى فى الترتيب الأول من حيث التنفيذ دور ( إبلاغ سياسة الوزارة إلى الجماهير ) عند ٨٠,٩ % من المبحوثين .

فى حين يأتى فى الترتيب الثانى دور ( نقل آراء الجماهير إلى المسئولين بالوزارة ) عند ٧٨,٧ % من المبحوثين .

ثم يأتى فى الترتيب الثالث عملية ( دراسة المشكلات ورفعها إلى الجهات المختصة ) عند ٧٤,٥ % من المبحوثين .

أما ( إقناع الجماهير بهذه السياسة ( فيأتى فى الترتيب الرابع) عند ٧٠,٢ % من المبحوثين .

وفى الترتيب الخامس يأتى دور ( المساعدة فى تيسير قنوات الإتصال بين الإدارة والمدارس ) عند ٦٥,٩ % من المبحوثين .

وأخيرا يأتى دور العلاقات العامة فى ( دراسة شكاوى الجماهير والرد عليها ) فى الترتيب السادس عند ٥٣,٢ % من المبحوثين وهى فى جملتها جوانب هامة توضح دور العلاقات العامة بالنسبة للعملية التعليمية .

٣/٧ الأسباب التى تحول دون قيام العلاقات العامة بدورها فى خدمة العملية التعليمية :-

أوضحت نتائج البحث أن ٢٨,٨ % ( ١٩ مفرده) يرون أن العلاقات العامة ليس لها دور فى العملية التعليمية . وبسؤالهم عن أسبابهم فى ذلك جاءت إجابتهم على النحو التالى :

جدول (٢٦) الاسباب التى تحول دون قيام العلاقات العامة بدورها

| الأسباب | ك | % |
|---|---|---|
| عدم الأعتراف بأهمية العلاقات العامة | ١٣ | ٦٨,٤ |
| قلة عدد العاملين المتخصصين | ١٥ | ٧٨,٩ |
| نقص الاعتمادات المالية | ١٦ | ٨٤,٢ |
| لا يوجد اختصاصات واضحة لادارة العلاقات العامة | ١٣ | ٦٨,٤ |
| ن | ١٩ | ١٠٠ |

تمثل الأسباب الموضحة بالجدول السابق المعاناه الحقيقية لإدارة العلاقات العامة . فنقص الإعتمادات المالية (٨٤,٢ %) وقلة عدد العاملين المتخصصين ( ٧٨,٩% ) وعدم الاعتراف بأهمية العلاقات العامة (٦٨,٤% ) وكذلك لايوجد اختصاصات واضحة لادارة العلاقات العامة ( ٦٨,٤% ) . وهى فى جملتها أسباب تعيق عمل العلاقات العامة .

**٨- اتجاهات المبحوثين نحو بعض القضايا :-**

علاقات العمل متعددة فهناك علاقة العامل بزميلة ، وعلاقته برؤسائه . وعلاقته بعملة . وفى هذا الإطار حاول الباحث قياس اتجاهات المبحوثين نحو ثلاث قضايا رئيسية هى:-

١. إتجاهات المبحوثين نحو عملهم " وظائفهم ".
٢. اتجاهات المبحوثين رؤسائهم .
٣. أتجاهات المبحوثين نحو علاقة أدارة العلاقات العامة بغيرها من الأدارات

١/٨ أتجاهات المبحوثين نحو عملهم :-

تعكس الإتجاهات الإيجابية مدى رضاء المبحوثين عن عملهم . ذلك مايطلق علية بالرضاء الوظيفى job satisfaction وهومفهوم يشير إلى " مجموع المشاعر الوظيفية أوالحالة النفسية التى يشعر بها الفرد نحوالعمل " وتوضح الجداول التالية مدى رضاء المبحوثين عن وظائفهم وعملهم . وكذلك تعكس أتجاهات المبحوثين نحورؤسائهم ومدى رضائهم عنهم . وأخيرا تأتى اتجاهات المبحوثين نحووضع إدارة العلاقات العامة وعلاقتها بغيرها من الإدارات لتعكس مدى رضائهم عن هذا الوضع . وفى هذا الإطار حاول الباحث قياس اتجاهات المبحوثين على مقياس ( ليكريت ) خماسى الأبعاد . وقام الباحث بضم طرفى الإتجاه بين الموافق والمعارض . وقام بقياس العلاقة بينهما بمعامل ارتباط ( ت ) T.Test . ويوضح الجدول التالى نتائج هذا الإختبار .

جدول رقم ( ٢٧ )

| محاور الإتجاه | عدد البنو | م ١ | م ٢ | ع ١ | ع ٢ | ت | دلاله ( ت ) | مستو لالا |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الرضا عن العمل | ١٠ | ٤٨,٤ | ١٣,٦ | ١٠,٩ | ٧,٩٤ | ٢,٦٥٩ | دالة | ٠,٠٥ |
| الرضا عن الرؤساء | ٥ | ٣٩,٦ | ٢٣,٨ | ١٢,٠٦ | ١٠,١١ | ٢,٠٠٨ | غير ﺩﺍ | غ . د |
| الرضا عن وضع العلاقات العامة فى اتصالاتها بالادارات الأخرى. | ٥ | ٤٧,٦ | ١٣,٦ | ١٢,٩ | ١٣,٧ | ٣,٦٠٩ | دالة | ٠.٠١ |

جداول المحاور

جدول رقم ( ٢٨ ) المحور الأول :- ( اتجاهات المبحوثين نحووظائفهم )

| م | الاتجاه | اوافق جدا | | اوافق | | محايد | | غير موافق | | لامطلقا | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | البنود | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| ١ | اشعر بالحماس تجاة عملى فى معظم الاحيان | ٥٣ | ٨,١ | ٧ | ١٠,٦ | - | - | ٦ | ٩,١ | - | - |
| ٢ | اشعر بالرضا عند اداء عملى | ٥٠ | ٧٥,٨ | ١٠ | ١٥,٢ | - | - | ٦ | ٩,١ | - | - |
| ٣ | اشعر ان الوقت يمر بسرعة فى العمل | ٤١ | ٦٢,١ | ١٣ | ١٩,٧ | ٣ | ٤,٥ | ٩ | ١٣,٦ | - | - |
| ٤ | يساعدنى مناخ عملى على بذل أقصى الجهد | ٢٤ | ٣٦,٤ | ١٥ | ٢٢,٧ | ٥ | ٧,٦ | ١٩ | ٢٨,٧ | ٣ | ٤,٥ |
| ٥ | يحقق لى العمل اكبر فوز من المزايا | ٢٠ | ٣٠,٣ | ١٨ | ٢٧,٣ | ٦ | ٩,١ | ١٦ | ٢٤,٢ | ٦ | ٩,١ |
| ٦ | تتاسب طبيعة عملى مع ميولى ورغباتى | ٥٣ | ٨٠,٣ | - | - | - | - | ٩ | ١٣,٦ | ٤ | ٦,١ |
| ٧ | تتاسب طبيعة عملى مع المؤهل الذى أحملة | ٤٧ | ٧١,٢ | ٣ | ٤,٥ | ٦ | ٩,١ | ٣ | ٤,٥ | ٧ | ١٠,٦ |
| ٨ | أود ان يخلفنى احد ابنائى فى وظيفتى | ١٣ | ١٩,٧ | ١٥ | ٢٢,٧ | ٦ | ٩,١ | ٦ | ٩,١ | ٢٦ | ٣٩,٤ |
| ٩ | اشعر بقدر كبير من الانتماء لجهة عملى | ٤٧ | ٧١,٢ | ١٥ | ٢٢,٧ | ٤ | ٦,١ | - | - | - | - |
| ١٠ | ان عرض على عمل فلا اتردد فى قبولة | ١٥ | ٢٢,٧ | ٢٥ | ٣٧,٩ | - | - | ١٤ | ٢١,٢ | ١٢ | ١٨,٢ |
| | ن | ن = ٦٦ | | | | | | | | | |

جدول رقم ( ٢٩ ) المحور الثانى :- ( اتجاهات المبحوثين نحورؤسائهم

| م | الاتجاه | اوافق جدا | | اوافق | | محايد | | غير موافق | | لامطلقا | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | البنود | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| ١ | نجد صعوبة فى معرفة سياسات الادارة العليا | ١٥ | ٢٢,٧ | ٦ | ٩,١ | ١٠ | ١٥,٢ | ٢٣ | ٣٤,٨ | ١٢ | ١٨,٢ |
| ٢ | الادارة العليا تشجع الافكار الجديدة والمقترحات | ١٥ | ٢٢,٧ | ١٥ | ٢٢,٧ | - | - | ٢٧ | ٤٠,٩ | ٩ | ١٣,٦ |
| ٣ | لابد للرجوع للرئيس للموافقة على معظم امور العمل | ٣١ | ٤٦,٩ | ١٦ | ٢٤,٢ | - | - | ١٩ | ٢٨,٧ | - | - |
| ٤ | يتيح الرئيس المباشر فرصة مناقشة مشكلات العمل | ٢٥ | ٣٧,٩ | ٢٢ | ٣٣,٣ | - | - | ١٠ | ١٥,٢ | ٩ | ١٣,٦ |
| ٥ | اجد سهولة فى فهم وجهة نظر الرئيس | ٢٢ | ٣٣,٣ | ٣١ | ٤٦,٩ | ٣ | ٤,٥ | ٧ | ١٠,٦ | ٣ | ٤,٥ |
| | ن | ن = ٦٦ | | | | | | | | | |

جدول رقم ( ٣٠ ) المحور الثالث ( اتجاهات المبحوثين نحووضع ادارة العلاقات العامة وعلاقتها بالادارات الأخرى )

| الاتجاه | اوافق جدا | | اوافق | | محايد | | غير موافق | | لامطلقا | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| البنود | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| تمدنى الادارات بما يحتاجة جهاز العلاقات العامة من معلومات | ٢٩ | ٤٣,٩ | ٢٢ | ٣٣,٣ | - | - | ٩ | ١٣,٦ | ٦ | ٩,١ |
| اجد صعوبة فى الحصول على البيانات والمعلومات من الادارات الاخرى | ٩ | ١٣,٦ | ١٥ | ٢٧,٧ | - | - | ٢٩ | ٤٣,٩ | ١٣ | ١٩,٧ |
| يعتبر زملاء العمل مصدر كبير للرضا عن العمل | ٤٤ | ٦٦,٧ | ٩ | ١٣,٦ | ٧ | ١٠,٦ | ٣ | ٤,٥ | ٣ | ٤,٥ |
| العمل فى العلاقات العامة ينقصة التخطيط الجيد | ٢٢ | ٣٣,٣ | ٢٥ | ٣٧,٩ | - | - | ٥ | ٧,٦ | - | - |
| نظام المعلومات والاتصالات فى حاجة الى تطور | ٣٥ | ٥٣ | ٢٨ | ٤٢,٤ | ٣ | ٤,٥ | - | - | - | - |
| ن | ن = ٦٦ | | | | | | | | | |

**مناقشة نتائج اتجاهات المبحوثين :-**

١. اثبتت الدراسة ان درجة الرضاء فى اتجاهات المبحوثين نحوعملهم دالة وكذلك اتجاهاتهم نحووضع ادارة العلاقات العامة واتصالها من الادارات الاخرى ايضا دالة فى حين نجد ان رضائهم عن رؤسائهم غير دالة وهذا يعنى عدم رضائهم عنهم ( جدول ٢٧ ) .

٢. بالنسبة للمحور الاول ( رضاء المبحوثين عن وظائفهم وعملهم ) .

فيتمثل فى ( الشعور بالحماس تجاه العمل فى معظم الأحيان ٩٠,٩ % وكذلك بالرضا عن هذا العمل ٩٠,٩ % ينعكس ذلك على وقت العمل حيث لايشعرون به فهويمر بسرعة ولا يشعرون فيه بالملل ٨١,٨ % فضلا عن ان مناخ العمل يساعد فى بذل أقصى الجهد ويحقق اكبر قدر من المزايا ٥٩,٩ % ومن أهم الأسباب أيضا أن طبيعة العمل تتفق مع ميولهم ورغباتهم ٨٠,٣ % ويتفق أيضا مع مؤهلاتهم ٧٥,٨ % رغم أنهم غير متخصصين فى نسبة كبيرة منهم ) . يؤكد هذا الاتجاه المحابى للعمل أن ٤٢,٤ % منهم يودون أن يخلفهم أبناءهم فى وظائفهم . وهم أيضا يشعرون بالانتماء لجهات عملهم ٩٣,٩ % ومع ذلك نجد أيضا أن ٦٠,٦ % إذا عرض عليهم عمل أفضل فإنهم لا يترددون فى قبولة .

٣. أما المحور الثانى (اتجاهات المبحوثين نحو رؤسائهم) :-

حيث أثبتت نتائج الدراسة أن رضاء المبحوثين ليس له دلاله . بمعنى أن اتجاهاتهم ليست محابية . ويتضمن هذا المحور خمسة بنود . تعكس معاناه الإدارة من المشكلات البيروقراطية فضلاً عن دكتاتورية الإدارة وغيرها من المشكلات . فالمبحوثين يجدون صعوبة فى معرفة سياسات الإدارة العليا ٣١,٨ % . ولا بد للرجوع إلى الرئيس المباشر للموافقة معظم أمور العمل ٣٥,٩ % . الإدارة إذن هى مشكلة مصر فى المرحلة الحالية ويتوقف تقدم مصر تقدما حقيقيا على قدرتنا على حل مشاكل الإدارة .

٤. المحور الثالث :- اتجاهات المبحوثين نحووضع إدارة العلاقات العامة وعلاقتها بغيرها من الإدارات :-

فاتجاهات المبحوثين إيجابية ودالة . فهناك تعاون بين زملاء العمل . وهناك تدفق للمعلومات والأخبار، ولكن العمل ينقصة التخطيط والتطوير.

نخلص من العرض السابق إلى ان اتجاهات المبحوثين نحو عملهم ونحو علاقة إدارتهم بغيرها من الإدارات

دالة. ولكنها غير دالة بالنسبة لرؤسائهم . وهـذه النتيجة تبين مناخ العمل فى المؤسسات التعليمية .

**نتائج الدراسة**

١. الحاجة ماسة لعقد دورات تدريبية متوالية للعاملين بإدارة العلاقات العامة فى الوزارة والمديريات والادارات التعليمية _ ٦٣,٦ % لم يحصلوا على أى تدريب سابق). خاصة إذا علمنا أن نسبة المتخصصين من العاملين فى تلك الإدارات لا تزيد عن ١٢,١ % من اجمالى العاملين بها .

٢. الحاجة ماسة الى إعادة توصيف إدارة العلاقات العامة وتنظيمها وتعديل نظام الترقى . حتى لا تصبح العلاقات العامة مقرا لمن لا مقر له ووظيفة لمن لا وظيفة له.

٣. اثبتت النتائج أن ٧٧.٢ % ممن يعملون فى إدارات العلاقات العامة من كبار السن ( ٤٥ عام فاكثر ) وهم جميعا غير متخصصين . فهل هذا الوضع ينتج الفرصة لأداء جيد للعلاقات العامة إذا علمنا أنهم جميعا غير متخصصين ولم يحصلوا على تدريب سابق كما جاء فى نتائج البحث سابقا .

٤. اثبتت نتائج البحث أن المبحوثين يدركون أهمية العلاقات العامة بالنسبة للعملية التعليمية . ولكنها :-

أ. بعيده كل البعد عن مجالها الحقيقى عند ٦٠ % .

ب. وتعانى من عدم اهتمام المسئولين بها عند ٨٠ % .

ج. وأن الميزانية المخصصة لاتكفى للقيام بأى نشاط ع ٨٠%.

د. فضلاً عن تداخل الاختصاصات بين العلاقات العامة وغيرها من الادارات ٦٠ % .

٥. العلاقات العامة لا تعتمد على وضع خطط لأنشطتها عند ٥١,٥ % .

أ. فالعمل لا يحتاج لوضع خطة عند ٥٠ % .

ب. والعمل اليومى يستهلك الجهد ٤١,٢ % .

ج. فضلاً عن اهمال المسئولين وعدم اهتمامهم بالعلاقات العامة ٦٤,٧ .

د. نقص الكوادر المتخصصة ٦٤,٧ .

ه. عدم وجود اعتمادات مالية كافية ٦٧,٦ .

٦. بالنسبة لوسائل اتصال العلاقات العامة اثبتت نتائج البحث مايلى :-

أ. الوسائل المكتوبة والمطبوعة هى اكثر الوسائل استخداما ( المراسلات ثم النشرات فالملصقات ثم القرارات والتعليمات وأخيرا المجلات المطبوعة ) .

ب. تأتى وسائل الاتصال المباشرة فى المرتبة الثانية ( اللقاءات والمقابلات ثم الندوات والمحاضرات فالمسابقات - والمعارض ثم الحفلات والمؤتمرات).

ج. تأتى الوسائل التوضيحية والوسائل المعينة فى الترتيب الثالث ( اللافتات الإعلانات - اشرطة الكاسيت - الشرائح الفيلمية ثم الشرائح المصورة أما الفانوس السحرى فلا وجود له . لعدم تزويد الادارات بالأجهزة المناسبة.

٧. البحوث العلمية تكاد تنعدم استخداماتها فى العلاقات العامة وإن استخدمت فبالإجتهاد الشخصى . ويرجع ذلك لنقص الإعتمادات المالية ونقص الكوادر المتخصصة وعدم الاهتمام بالبحث العلمى أصلاً .

٨. أثبتت نتائج البحث أن ٧١,٢ % يرون أن للعلاقات العامة دور فى العملية التعليمية . فى مقابل ٢٨,٨ % منهم ينكرون هذا الدور وترجع أسبابهم الى مايلى :-

أ. عدم الاعتراف بأهمية العلاقات العامة وقلة المتخصصين فضلا عن نقص الميزانية اللازمة للنشاط وأيضا لتداخل اختصاصات العلاقات العامة مع غيرها من الادارات . لذلك ينعدم الدور أويكاد .

٩. أثبتت نتائج البحث أن المبحوثين راضون عن وظائفهم وعملهم فى العلاقات العامة قيمة ت ٢,٦٥٩ ( دالة عند د . ح . ٩ ، ثقة ٠,٠٥) وكذلك بالنسبة لوضع العلاقات العامة واتصالاتها مع غيرها من الادارات قيمة ت ٣,٦٠٥ فهى دالة عند ٠,٠١ ( د . ح ٤ ) . أما علاقتهم بالرؤساء فإن اتجاهاتهم غير محابية حيث لم تثبت مستويات الرضا عند حد الدلالة . قيمة ت ٢,٠٠٨ . (د. ح عند د . ح . ٤ ومعنوية ٠,١ ) وليس لنا الا أن نرفع هذه النتائج الى المسئولين لعلهم يجدون وسيلة لانقاذ العلاقات العامة مما هى فيه من أجل خدمة العملية التعليمية .

**رؤية المبحوثين للمشكلات التى تواجة العلاقات العامة فى قطاع التربية والتعليم**

**أولا :- المشكلات :-**

ضعف الميزانية المخصصة للعلاقات العامة تجعلها عاجزة عن تحقيق أهدافها.

١. عدم وجود مكان مناسب يعرقل سير العمل.

٢. عدم اهتمام المسئولين بإدارة العلاقات العامة وبأنشطتها.
٣. النقص الشديد فى الكوادر المتخصصة.
٤. تداخل اختصاصات إدارة العلاقات العامة مع غيرها من الإدارات من أهم عوائق العمل.
٥. عدم فهم الإدارات الأخرى لوظائف العلاقات العامة وأنشطتها ينتج عن عدم التعاون ويعيق خطوط الاتصال بينها.
٦. ندرة البرامج التريبية للعاملين بإدارة العلاقات العامة.
٧. عدم وجود أجهزة سمعية بصرية معينه تساعد فى انجاح العمل.
٨. عدم الاهتمام بالبحث العلمى فى مواجهة المشكلات.

**ثانيا :- مقترحاتهم لتطوير العمل :-**

١. زيادة الميزانية المخصصة للعلاقات العامة .
٢. إعادة توصيف وتنظيم ادارة العلاقات العامة بحيث يقتصر العمل بها على المتخصصين فى مجال العلاقات العامة .
٣. تخصيص مكان مناسب يليق بادارة العلاقات العامة .
٤. عقد دورات تدريبية للسادة المديرى العموم رؤساء والمديريات والادارات التعليمية عن العلاقات العامة وأهميتها بالنسبة للعملية التعليمية .
٥. تزويد العلاقات العامة بالأجهزة والأدوات التى تساعد على تنفيذ العمل وتيسير أداته ( أجهزة تصوير - فيديو - ب . ر - وسيلة انتقال ).

**مقترحات البحث وتوصياته :-**

١. يقترح البحث استخدام اسلوب التدريب الدورى للعاملين غير المتخصصين فى إدارات العلاقات العامة .
٢. ضرورة استيفاء النقص الشديد فى الكوادر المتخصصة فى مجال العلاقات العامة من أقسام العلاقات بالجامعات المصرية .
٣. ضرورة رفع ميزانيات العلاقات العامة فى الإدارات التعليمية بما يواكب تطور المجتمع وتطور العملية التعليمية .
٤. عقد دورات للادارات العليا فى المديريات والإدارات التعليمية لتبصيرهم بماهية العلاقات العامة وأهميتها بالنسبة للعلاقات العامة .
٥. تخصيص أماكن مناسبة للعاملين بهذه الإدارة وتزويدهم بالوسائل السمعية البصرية المعينة على أداء عملهم .
٦. إعادة توصيف وتنظيم ادارة العلاقات العامة فلا تصبح مكانا لمن قرب من سن المعاش . فضلا عن قصر العمل بها على المتخصصين فى هذا المجال .

**مراجع البحث**


١. ابراهيم إمام - العلاقات العامة والمجتمع - القاهرة الانجلوالمصرية ١٩٥٧.
٢. " " - فن العلاقات العامة - القاهرة الانجلوالمصرية ١٩٦٨ .
٣. السيد حنفى عوض - العلاقات العامة . مدخل سوسيولوجى . القاهرة - القاهرة الحديثة للطباعة ١٩٨٤ ط ١ .
٤. حسن أحمد توفيق - العلاقات العامة - القاهرة - دار النهضة العربية - ١٩٧٢ .
٥. حسن محمد خيرالدين - أصول العلاقات العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية - القاهرة مكتبة عين شمس ١٩٧٧.
٦. حسن محمد على - العلاقات العامة فى المؤسسات الصناعية - المفاهيم والوظائف - القاهرة - الانجلوالمصرية ١٩٨٠ .
٧. ديفيد فن - العلاقات العامة والإدارة - ترجمة وديع فلسطين - القاهرة - دار المعارف ١٩٥٩ .
٨. سمير محمد حسين - العلاقات العامة - القاهرة عالم الكتب ١٩٩٥ .
٩. " " - ادارة العلاقات العامة - دراسة ميدانية - القاهرة - دار الشعب ١٩٧٥ .
١٠. طلعت منصور وآخرون - اسس علم النفس العام - القاهرة - الانجلوالمصرية ١٩٨٤ .
١١. طه محمد بركات - مقدمة فى العلاقات العامة والإعلان - دار التعاون - القاهرة ١٩٩٨ .
١٢. " " - اسس البحث الإعلامى - القاهرة - مطبعة التعاون - ١٩٩٩
١٣. " " - نظريات الإعلام - مطبعة التعاون - القاهرة - ١٩٩٧ .
١٤. على عجوة - الأسس العلمية للعلاقات العامة - القاهرة - عالم الكتب - ١٩٧٧ .
١٥. على عجوة - العلاقات العامة والصورة الذهنية - القاهرة - عالم الكتب - ١٩٨٣

١٦. على محمد عبدالوهاب وآخرون - إدارة الموارد البشرية - القاهرة - مكتبة عين شمس - ١٩٩٦.

١٧. محمد عبدالله عبدالرحيم ، محمد مصطفى راغب - ادارة العلاقات العامة - القاهرة - الشركة العربية للنشر والتوزيع - ١٩٩٢ .

١٨. محمد منير حجاب ، سحر محمد وهبي - المداخل الأساسية للعلاقات العامة - القاهرة - دار الفجر للنشر والتوزيع - ١٩٩٢ .

١٩. محمد محمد البادى - المنهج العلمى للعلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة - ط ١ - القاهرة - العربى للنشر والتوزيع - ١٩٨١ .

٢٠. محمود محمد الجوهرى - الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة - القاهرة - الانجلو المصرية - ١٩٧١.

٢١. محمد كامل الكردى - العلاقات العامة - علم الإعلام وفن الإتصالات - القاهرة - مكتبة عين شمس - ١٩٧٧.

**المراجع الاجنبية**

22. Aldrich H.E. Organizations and Environments Englswood . Cliffs .N.J , Perntice Hall 1979 .

23. Black , Sam, "Practical public Relations . London : Society and pitman publishing co . 1976 .

24. Cutlip , S.M.U Center , A.H.," Effective public Relations 5 th N.J Prentice-Hall Inc-1985 .

25. Haywood Roger , " All About public Relations Landon , Mc-Graw-Hill Co. 1984 .

26. Simon Raymand "Public Relatons Concepts and practices seel Ohio Uniu 1984 .